



Bewusst wie!

Traumberuf Landwirt: Wie es um die Attraktivität des Berufs bestellt ist

FRANKFURT — 9. September. Traumberuf Landwirt? Mitnichten. Mehr als die Hälfte der Deutschen sieht laut Rabobank Food Navigator hier eine eher schwindende Attraktivität. Das gilt vor allem bei den jungen Menschen. Der Stadt-Land-Vergleich dagegen zeigt ein anderes Ergebnis.

Weitläufige Kornfelder, blühende Kräutergärten, glückliche Tiere auf saftigen Wiesen und strahlende Hofbesitzer mit Karohemden, Gummistiefeln und Milchkanne – Hochglanzbilder von Landwirten und ihrer Umgebung gibt es in der Werbung oder den sozialen Medien genug. Auch beliebte TV-Formate der letzten Jahre tragen ihren Teil dazu bei, dass Landwirte eine gewisse öffentliche Aufmerksamkeit genießen. Doch wie ist es um das Image des Berufs bestellt? Wollen vielleicht sogar aufgrund solcher Bilder mehr junge Menschen Landwirt werden? Der Rabobank Food Navigator zeigt: Mehr als die Hälfte der Deutschen (**54,1 Prozent**) glaubt nicht daran, dass der Beruf des Landwirts in Zukunft attraktiver wird. Immerhin ein Drittel (**30,5 Prozent**) bewertet die Anziehungskraft des Berufs positiv. Gleichzeitig sprechen sich **46,4 Prozent** der Befragten dafür aus, Landwirte fairer zu entlohnen.

Dass der Beruf insbesondere bei der jungen Bevölkerung zunehmend an Attraktivität verliert, bestätigen auch die Ausbildungszahlen des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft: Sie sind seit Jahren schwach rückläufig. 2010 entschieden sich noch 38.667 junge Menschen (davon 8.772 Frauen) für eine Ausbildung in landwirtschaftlichen Berufen. 2019 sank die Zahl der Nachwuchslandwirte um rund 6.000 auf 32.331 (davon 7.470 Frauen). Auch die Anzahl der landwirtschaftlichen Betriebe schrumpft weiter: 2001 gab es noch rund 450.000 Betriebe in Deutschland, 20 Jahre später sind es noch knapp 263.000.

Wenig Interesse bei den Jüngeren

Der Rabobank Food Navigator zeigt: Je jünger die Befragten, desto weniger attraktiv erscheint der Beruf des Landwirts. Während bei den 65-Jährigen Zustimmung und Ablehnung noch relativ gleichauf liegen – **42,8 Prozent** glauben nicht daran, **19,8 Prozent** sind unentschieden und **37,4 Prozent** sind überzeugt, dass der Beruf attraktiver werden wird, – klafft bei den 18- bis 29-Jährigen eine deutlich größere Lücke: **71,0 Prozent** sehen die Attraktivität schwinden, fast doppelt so viele wie die Generation der Eltern und Großeltern. Dagegen kann sich nur ein Sechstel (**16,0 Prozent**) der jungen Menschen vorstellen, dass der Beruf des Landwirts in Zukunft spannender wird. Bei den Altersgruppen dazwischen zeigt sich eine lineare Entwicklung: Je jünger die Befragten, desto weniger attraktiv finden sie diesen Beruf.

Mehr Überzeugungsarbeit bei Männern nötig

Bei den Geschlechtern glauben etwas mehr Männer als Frauen, dass der Beruf des Landwirts künftig

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726

146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de



Rabobank

nicht attraktiver wird: Mehr als die Hälfte der Männer (**56,1 Prozent**) kann sich das nicht vorstellen. Die Frauen liegen mit **52,1 Prozent** etwas dahinter. Auf der anderen Seite glauben mehr Frauen (**32,8 Prozent**) als Männer (**28,2 Prozent**), dass der Beruf künftig interessanter für den Nachwuchs wird.

Ost und West nahezu gleichauf, genau wie Stadt und Land

Der Blick auf die Bevölkerungsdichte zeigt wenig Unterschiede bei Land- und Stadtbewohnern: In der Stadt ist man mit **57,7 Prozent** am ehesten überzeugt, dass Landwirte künftig mehr Werbung für ihren Beruf machen müssen, auf dem Land sehen das **53,1 Prozent** so. Auf der anderen Seite leben hier – sicherlich der Nähe geschuldet – auch die meisten, die weiterhin an eine positive Entwicklung des Berufs glauben (**31,3 Prozent**). Nur in Kleinstädten finden sich noch etwas mehr Befürworter (**31,5 Prozent**).

Ost- und Westdeutsche sind sich ziemlich einig in der Annahme, dass das Dasein als Landwirt an Attraktivität verliert – im Osten sehen das **54,0 Prozent** so, im Westen **54,2 Prozent**. Auf der anderen Seite sind die Menschen im Osten zuversichtlicher, dass es eben nicht so kommt: Ein Drittel (**33,9 Prozent**) glaubt an die wachsende Attraktivität, während es im Westen nur **29,5 Prozent** sind.

Für die Erhebung der Daten kooperiert die Rabobank mit **Civey**, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland. Die Umfrage zum Thema Verantwortung für eine nachhaltigere Landwirtschaft ist repräsentativ und wurde online durchgeführt. Dafür wurden am 3. und 4. September 2021 mehr als 2.800 Teilnehmer*innen befragt. Die Stichprobengröße liegt bei über 2.500 Personen.

Die Details der Civey-Studienergebnisse schicken wir auf Anfrage gerne zu. Einfach eine E-Mail an rabobank@fischerappelt.de senden. Die Ergebnisse sind unter der Quellenangabe „Civey/Rabobank“ frei zur Veröffentlichung.

Banking for Food

Die genossenschaftliche Rabobank investiert gemäß ihrem Leitgedanken „Banking for Food“ in zukunftsweisende Projekte, die Lösungen für die globale Herausforderung der Ernährungssicherheit bieten. Zu den tragenden Säulen dieser Aktivitäten gehört neben dem Zugang zu Wissen und einem internationalen Netzwerk die Unterstützung mit finanziellen Mitteln. Jährlich fließen seitens der Rabobank dafür weltweit mehr als 65 Milliarden Euro in Unternehmen im Agrar- und Lebensmittelsektor.

Der Rabobank Food Navigator

Der Rabobank Food Navigator gewährt tiefe Einblicke in das Bewusstsein der Deutschen zum Thema Lebensmittel. Damit liefert die Rabobank gemäß ihrem Leitbild „Growing a better world together“ neue Impulse im Umgang mit Ressourcen und zu Fragen der Agrarwirtschaft sowie der Lebensmittelproduktion und -sicherheit. Per [interaktiver Deutschlandkarte](#) liefert die Rabobank Insights, wie deutsche Verbraucher aktuelle Themen rund um verantwortungsvolle

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726 146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de



Rabobank

Lebensmittelproduktion, effiziente und effektive Lieferketten und bewussten Konsum bewerten. Die Daten werden regelmäßig von Civey erhoben, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland.

Pressekontakt

Rabobank Presseservice

Laura Maria Kämz

fischerAppelt, relations GmbH

rabobank@fischerappelt.de

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726

146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de